

◆「都市像」の検討について

1 都市像を設定する目的と意義

- ・まちづくり戦略ビジョンは、札幌市の目指すべき姿を市民と共有することを目的の一つとしていることから、新たに設定する都市像には市民と共感できる理念を掲げる必要がある。
- ・また、都市像には札幌市が今後目指す方向性を外部に発信する効果も期待できることから、札幌市の意志や特性を国内外に伝えるメッセージ性を持たせることが効果的であると考えられる。
- ・これらの観点から、新たに設定する都市像については、「都市の質を表す理念」と「国内外に発信する理念」の2つを設定することが望ましい。
- ・なお、都市像の検討にあたっては、先行して審議されている「まちづくりの基本目標」及び「基本的視点」との整合性を図るとともに、将来の札幌について市民目線で検討した「将来の札幌を考える市民会議」等における意見を尊重する必要がある。

2 検討にあたって踏まえるべき視点（キーワード）

(1) 「まちづくりの基本目標」等との整合性

○地域・コミュニティ

- ・つながり ・支え合い ・共生 ・交流 ・地域力 ・地域福祉 ・防災
- ・快適 ・子どもの権利 ・子育て支援 ・生きがい ・市民自治 ・若者
- ・自立 ・人材育成

○経済・雇用

- ・食 ・観光 ・札幌型ものづくり ・高付加価値 ・産学官連携 ・広域連携
- ・女性の活躍 ・東アジア ・グローバル化 ・雇用

○その他

- ・創造性 ・文化芸術 ・環境都市 ・低炭素 ・自然環境 ・エネルギー
- ・コンパクト都市 ・高次都市機能 ・魅力都市空間 ・成熟都市
- ・北海道の中心都市

(2) 市民会議等における意見

○暮らし・コミュニティ

- ・多世代共生 ・女性の社会参加 ・市民同士の対話 ・快適、安心なまち

○経済・人材

- ・魅力、付加価値の向上 ・北海道の食のショーケース ・自然資源
- ・若者のチャンス、夢 ・チャレンジできるまち

○自然・環境

- ・四季の実感 ・冷涼な気候 ・豊かな自然 ・緑あふれる街 ・雪資源の活用
- ・雪国の魅力 ・省エネルギーなまち ・エコタウン ・スローライフ

○市民性・文化

- ・自由 ・寛容性 ・進取 ・人の優しさ ・おもてなし ・開拓の歴史

○独自性

- ・都市と自然のバランス ・札幌ブランド ・北海道の中心都市 ・住みやすさ

(3) 第3回審議会における意見

- ・新しい価値の創出 ・都市生活の質（クオリティ・オブ・ライフ）
- ・若い人が学べる場（若い人材が育てられるまち） ・夢 ・空間都市
- ・つながり ・挑戦・チャレンジ

3 新たな都市像（たたき台）

都市の質を表す都市像	国内外に向けて発信する都市像
<ul style="list-style-type: none"> ◇つながりと支え合いの多世代共生都市 ◇人の優しさがつながる安心都市 ◇市民力で豊かな暮らしを創る安心都市 	<ul style="list-style-type: none"> ◇夢を持ち、挑戦できる北の自由都市 ◇創造性をはぐくむ北の文化都市 ◇東アジアの北方文化創造都市
<p><解説文の掲載案></p>	
<ul style="list-style-type: none"> ・市民同士の交流やつながりを通じた地域力の向上 ・子どもから高齢者まで誰もが安心して暮らせる共生社会の構築 ・豊かな暮らしを支える経済発展と雇用の確保 ・市民生活と都市活動の質を高める都市の形成 	<ul style="list-style-type: none"> ・高度な都市機能を活用して新しい価値を創造する活動の推進 ・国際的な経済交流や文化交流の推進による都市活動の活性化 ・道内市町村との相互連携を通じた都市の魅力向上 ・国際社会で活躍できるグローバル人材の育成

(参考) 都市像の検討 (事例)

◆近隣国 (アジア/国土計画等)

(1) ソウル

a) 概要

・ソウル市は、1990年代半ばから都市の運営に公共マーケティングの概念を導入し、都市ブランドとしての第一歩を踏み出した。特に、2002年韓日ワールドカップ共催をきっかけに、グローバル都市ソウルのイメージを全世界に知らせるための大々的なブランド管理作業を展開。

b) ビジョン (ブランドスローガン)

- **ビジョン** ; 世界一流都市 ソウル
- **スローガン** ; 「Refresh your Soul in Seoul」, 「Be@Seoul」 (2006) 「Soul of Asia」 (2007)

(2) インド

a) 概要

・国家レベルの計画には、憲法で規定された「五カ年計画」がある。経済、財政、金融、雇用、教育、社会保障、環境、産業、農業、交通、都市開発、エネルギーなど多岐にわたって国の戦略的な目標及びプロジェクトを示す計画となっている。

b) ビジョン

- **テーマ** ; 「包括的 (インクルーシブ) な成長」
- **目標** ; 「9%のGDPの成長の実現と国民 (特に貧困層) の生活の質向上」を設定。

(3) マレーシア

a) ビジョン (第十次マレーシア計画)

- 「ワン・マレーシア : 国民第一、今こそ実行 (1Malaysia: People First, Performance Now)」
~高所得と社会的公平性を阻害しない高い生産性を実現する経済の実現

(4) 中国 大連市

a) ビジョン (グレート大連計画 (2020年までの大連市の総合発展計画))

- ①都市空間の拡大
- ②最適化・拡大による総合的経済力の拡大
- ③都市総合機能 向上
- ④よりよい都市環境の創出

b) 都市構造 「1つのセンター、4つの基地」

・2003年末に中央によって決定されたこの方針により、大連を北東アジアの国際海運センターおよび造船 基地、石油化工基地、装備製造基地、電子情報産業基地として発展させるため建設が進められている。

◆札幌市関連都市事例

(1) アメリカ オレゴン州ポートランド広域圏メトロ【リージョン2040】

長期計画において促進すべき政策

- ①家族のための安全で安定した近隣の実現
- ②土地及び資金をより効果的に活用したコンパクトな開発
- ③雇用とビジネスチャンスを生み出す健全な経済
- ④農地・森林・河川そして自然区域の保全
- ⑤人々の移動、物流を支える均衡のとれた輸送システム
- ⑥コミュニティにおけるあらゆる所得層に対応した住宅供給

(2) ドイツ バイエルン州ミュンヘン市 【都市発展計画 ミュンヘンの展望】

a) 基本理念

- ①持続の可能性 (Sustainability) の確立
- ②アーバンクオリティ (Urban Quality) の確立

b) ミュンヘンの展望における7つの目的

- ①雇用と経済の繁栄の確保と促進
- ②地域協力の促進~地域の競争的自信の強化
- ③社会的調和を保障するコミュニティ政策
- ④地域の独自性を強化する近隣開発
- ⑤現在の都市基盤の向上による持続的な定住の展開
- ⑥ミュンヘンの外観の保全~新たな建築の奨励
- ⑦全交通の流動性の強化~持続可能な都市品質のための交通工学

(3) 大韓民国 大田 (テジョン) 広域市

a) ブランドスローガン

- 『It's Daejeon』
~「It's Daejeon」は『「最も住みよいまち」は大田』という感嘆詞的な意味であり、「暮らしが楽しく豊かなまち (全体的に自然にやさしい田園都市)」「伝統と多彩な文化のまち (豊かな文化都市)」「科学のまち、未来の都市 (明日を開く未来都市)」というイメージを感性的に表現したもの。